

# ***C-Change***

## **Desarrollo de nuestra visión y estructura**

**Documento para consulta, revisión y comentarios**

**Preparado por la Iniciativa RGCE/C-Change**

**Febrero de 2007**

## Presentación de C-Change:

### Desarrollo de nuestra visión y estructura

---

**PROPÓSITO:** Crear una plataforma común para “C-Change” que pueda agrupar diversas iniciativas y campañas sobre la Responsabilidad Corporativa para lograr una reforma sistémica a nivel de las corporaciones y fortalecer las acciones de grupos de la sociedad civil a los niveles local y global, con el fin de lograr resultados más positivos para el medio ambiente, las comunidades y la sociedad. Este documento introduce el concepto y muestra cómo la sociedad civil puede utilizar esta plataforma como eje de acción para mejorar nuestra capacidad conjunta e individual y así conseguir un cambio en los próximos años.

#### 1. Introducción y Antecedentes

“C-Change” emerge en un contexto mundial en el cual las corporaciones han llegado a ser más poderosas que los gobiernos en el sistema económico y político mundial, lo cual muchas veces conlleva consecuencias negativas y perjudiciales para las personas, las comunidades y el medio ambiente en el mundo entero. En este contexto, diferentes actores de la sociedad civil - tanto grandes como pequeños y tanto en el norte como en el sur - han buscado enfoques creativos para desafiar el comportamiento corporativo con métodos que varían desde la acción directa hasta estrategias basadas en alianzas y compromiso. Al mismo tiempo, a pesar de esta colaboración y coordinación estratégica entre estos actores de la sociedad civil de una forma ad hoc, siguen existiendo los desafíos. No existe un marco sistemático para integrar y vincular nuestras iniciativas y enfoques acerca de la responsabilidad corporativa. A pesar de ganar algunas batallas, estamos lejos de “ganar la guerra”.

Esta es la razón por la cual un grupo de actores de la sociedad civil de todo el mundo se reunió por primera vez en Nueva York en noviembre de 2005, y luego en Oakland, California, en 2006, bajo el auspicio de la iniciativa “*Reinventing Globalisation, Corporate Engagement*”. El objetivo de la última reunión fue discutir maneras para fortalecer la capacidad de la sociedad civil mundial para contrarrestar más efectivamente el sistema corporativo. Bajo el nuevo nombre de “C-Change”, un grupo pequeño de facilitadores, identificados en la reunión de Oakland, se reunieron en Lyon, Francia, en octubre de 2006. En esa reunión, en la cual el anfitrión era “*Bridge Initiative*”, discutieron sobre maneras de llevar nuestro esfuerzo de colaboración adelante. (para mayor información sobre los antecedentes de C-Change, vea el anexo xx.)

Este documento presenta un marco que fue discutido en la reunión de Lyon, que podría ser el fundamento para un enfoque más unificado frente a nuestros enfoques diversos y a menudo divergentes sobre la responsabilidad corporativa, sin comprometer nuestras posiciones individuales. Responde al desafío de nuestra diversidad y propone un

enfoque que se puede utilizar para alinear a las organizaciones que trabajan en varios aspectos relativos a la responsabilidad corporativa desde diversas perspectivas<sup>1</sup>.

Partimos de la construcción de un consenso sobre una plataforma compartida / común o un conjunto de resultados compartidos que podrían tener un impacto inmediato en el poder corporativo a través de dos ejes: mediante la mejora del desempeño social y medioambiental de las corporaciones y mediante el fortalecimiento de los derechos de las personas de exigir que las corporaciones respondan mejor por sus acciones. Creemos que si logramos llegar a un consenso sobre una plataforma común, o un conjunto de demandas compartidas, a su vez este marco se podría utilizar como guía para consolidar el movimiento mundial por la responsabilidad corporativa.

El propósito de este documento es introducir la idea de una plataforma común y discutir las maneras en que pueda ser utilizada como un eje de unificación entre el amplio rango de temas y contextos. El documento también discute el cómo podemos utilizar la plataforma para orientar el trabajo de C-Change en los próximos meses. Concluye con algunas ideas de cómo seguir de aquí en adelante y busca el ingreso de participantes de la iniciativa de RGCE/C-Change más amplia, que de lograrse implicaría una participación más amplia de organizaciones de la sociedad civil.

## **1. Creación de la plataforma**

---

### ***i. ¿Podemos concertar una visión y principios comunes para lograr un cambio?***

Un movimiento mundial requiere una visión mundial. El movimiento por la responsabilidad corporativa ha tenido éxito en casos individuales en que cuestionó el abuso corporativo o algunos aspectos determinados del comportamiento corporativo. Pero a pesar de nuestros éxitos, sigue habiendo un número alarmante de casos de infracciones corporativas. Utilizando una analogía, podríamos decir que es como tratar los síntomas de una enfermedad con una aspirina. Puede que desaparezca el dolor inicial, pero sigue allí la enfermedad. Mientras que el sector corporativo se ha alineado con eficacia bajo un conjunto común de principios del libre comercio - las Cámaras de Comercio Internacionales, por ejemplo, quedan como "la voz del mundo empresarial internacional en defensa de la economía mundial como una fuerza que promueva el desarrollo económico, la creación de trabajo y la prosperidad" - pero, por su parte, la sociedad civil, a causa de su diversidad, no ha podido con este desafío. Esto significa que como movimiento, aún tenemos que articular los principios y mensajes comunes que puedan atar los hilos conductores y permitirnos tratar la enfermedad con mayor eficacia. Esto se puede lograr mediante la alineación de campañas e iniciativas aisladas de la sociedad civil con el sistema más amplio de regulación gubernamental y gestión corporativa en el cual operan las empresas.

A pesar de que puede ser difícil alcanzar una sola visión común, este documento propone apuntar a concertar una plataforma compartida de resultados propuestos o de

---

<sup>1</sup> C-Change busca colaborar con y actuar paralelamente con esfuerzos como: Corporate Responsibility Coalition" (CORE) en el Reino Unido, European Coalition for Corporate Justice, Corporation 2020, Strategic Corporate Initiative, entre otros.

demandas comunes. Al mismo tiempo, esta plataforma servirá para ayudar a definir los siguientes aspectos:

*¿Por qué este tipo de plataforma?*

- ☑ **Una visión compartida** del papel futuro de las corporaciones en nuestra sociedad. Podría ser un eje para aglutinar a la sociedad civil alrededor de un conjunto de ideas y consolidar nuestras lecciones aprendidas de diferentes temas, sectores y culturas.
- ☑ **Una serie de ‘palancas’ para el cambio** acerca de las cuales existe un consenso internacional dentro de la sociedad civil. Una plataforma podría identificar algunas ‘palancas’ comunes que nos ayudarían a alcanzar cambios sistémicos a nivel internacional.
- ☑ **Un marco** que constituye un paraguas temático para la unificación de todas las actividades en torno a responsabilidad/compromiso/reforma corporativos ya sean de alcance internacional, nacional o local o relativo a una empresa o sector específico. Se tendría el mismo desafío frente al poder corporativo independientemente de si se trata de una campaña contra Walmart, la elaboración de un protocolo para la divulgación de información corporativa, o la privatización de un sistema local de agua.
- ☑ **Una guía amplia** para los gobiernos relativa a las expectativas de la sociedad, junto con objetivos específicos de grupos de la sociedad civil de todo el mundo.

## ***ii. ¿Qué deseamos vislumbrar? Construcción de la plataforma común***

El equipo impulsor de C-Change se ha ocupado en contestar la pregunta: Si lográramos la conformación de una plataforma común de ideas de las que todos creeríamos que podrían tener un impacto en el poder corporativo y que consolidarían nuestras actividades en torno a la responsabilidad corporativa, ¿cómo sería esta plataforma? Se tomaron en cuenta los cinco principios centrales, articulados en el taller de Oakland, como fundamento conceptual:

- Los derechos de las personas y de las comunidades de estar en primer plano, tanto en el norte como en el sur;
- La protección de los recursos es una prioridad;
- La transformación y el desmantelamiento del poder corporativo es un objetivo fundamental;
- Es una meta a largo plazo lograr normas exigibles universalmente para el comportamiento responsable corporativo;
- Se deben promover mecanismos jurídicos obligatorios y asegurar que los programas voluntarios no socaven los enfoques obligatorios.

De conformidad con los cinco principios subyacentes, en un inicio acordamos un grupo de criterios para el conjunto de demandas, incluyendo:

- El objetivo debe ser el sector privado (frente al sistema económico en su totalidad)
- El mecanismo para implementar o actualizar la plataforma debe funcionar a nivel local y mundial
- Este mecanismo debe ser legalmente exigible
- La plataforma debe unir campañas convergentes, como ser la campaña acerca del cambio climático, además de las campañas a nivel corporativo, como ser Coca Cola
- La plataforma no debe ser aprovechada por partes que quieren beneficiarse del movimiento de la Responsabilidad Social Corporativa.

A continuación está la lista inicial de posibles demandas que formarían la plataforma:

- i. ***No a la violación de los derechos humanos, ambientales u otros derechos sociales.*** El principal fundamento de nuestro sistema económico mundial debe ser la aplicación forzosa de un conjunto mínimo de normas internacionales a las cuales todas las compañías se tengan que atener. Cualquier violación de tales normas mínimas sería causal de acciones legales en los sistemas de justicia nacionales o internacionales.
- ii. ***Información previa y consentimiento de las comunidades.*** El principio existente de "información previa y consentimiento de las comunidades" que asegura la primacía de los derechos de las comunidades sobre los de las corporaciones, se debe incluir en todas las políticas corporativas y leyes nacionales y se debe hacer cumplir en el mundo entero. Esto significa mejorar, estandarizar y aplicar métodos y procesos transparentes y participativos de aprobación previa de las comunidades en la planificación y desarrollo de actividades corporativas.
- iii. ***Acceso a compensación y responsabilidad.*** Las empresas (y sus directores) deben estar obligados a resarcir cualquier abuso o daño al medio ambiente o a las personas, dondequiera que operen, sobre la base de estándares internacionales. La gente afectada por el abuso corporativo debe tener acceso a la justicia, sea en su país o en los países donde las empresas tengan sus casas matrices, para así superar la posibilidad que tienen las empresas de 'escondarse' detrás de la protección legal que las leyes les ofrece en este momento.
- iv. ***Consideración del costo de producción real.*** Las corporaciones deben pagar su 'uso' de activos sociales y ambientales. Los salarios pagados a los empleados y proveedores deben reflejar el costo de vida real. Los costos sociales de los negocios - como el daño a la salud - deben estar considerados en los estados financieros corporativos.
- v. ***Transparencia corporativa.*** Los accionistas, empleados, comunidades y grupos de la sociedad civil deben tener acceso a información confiable y verificada independientemente sobre las actividades de la empresa y los impactos de las mismas, para así poder insistir en mejoras en los sistemas de gestión y en que los directores (y los gobiernos) rindan cuentas sobre sus actividades. Tal información debe ir más allá de lo que está actualmente

incluido en los informes sobre Responsabilidad Social Corporativa. La transparencia es también crucial para la internalización de los verdaderos costos de producción.

- vi. *Responsabilidad Fiduciaria Ampliada / deber de protección social y ambiental.*** En la mayoría de los sistemas legislativos, en primera instancia las corporaciones tienen un deber legal con los accionistas. El efecto inmediato de esta visión limitada puede ser un impacto negativo en los resultados sociales y ambientales e incentivar un comportamiento poco ético por parte de los gerentes, tal como negociaciones de condiciones injustas con los proveedores o recortes en las inversiones ambientales. El deber de protección / cuidado social y ambiental ampliado incentivará a las corporaciones y sus directores a manejar sus actividades en el marco de los intereses más amplios de la sociedad y los haría responsables en caso de no cumplir con esta obligación.
- vii. *Corporaciones fuera de los gobiernos.*** El poder corporativo - que se refleja en cabildeo, soborno y corrupción - socava los procesos democráticos de toma de decisión y debilita la capacidad de los gobiernos de alcanzar metas sociales y ambientales. El poder de las empresas de ejercer influencia legalmente en los gobiernos debe ser limitado en todo el mundo; al mismo tiempo, cualquier forma de influencia ilegal, tal como el soborno y la corrupción, debe ser sujeta a acciones legales.

### **3. Usando la plataforma: ¿Cómo funciona?**

El Cuadro 1 proporciona una descripción breve de cómo la plataforma se puede adaptar a campañas específicas y a contextos locales. La plataforma no pretende suplantar campañas existentes, sino que más bien, desea complementar y unificarlas. De acuerdo con los principios centrales, cada campaña adaptaría la plataforma a sus condiciones específicas, usando uno o todos los ejes de la plataforma.

Sin embargo, mientras se reconoce esta diversidad, la plataforma debe trabajar también en "convergencia" de la sociedad civil alrededor de ciertos temas para crear más campañas internacionales de base amplia, p.ej. la creación de una "Corte Internacional por Crímenes Corporativos" basada en las ideas contenidas en la visión.

En realidad, la plataforma inicial se convierte en nuestra guía. Usando la plataforma como eje, la consulta con la sociedad civil y la capacitación en la plataforma proporcionan un marco de movimiento y desarrollo de capacidad.

**CUADRO 1**  
**¿CÓMO SERÍA APLICADA LA PLATAFORMA A DIFERENTES CAMPAÑAS?**

<b>Resultados</b>	<b>Walmart</b>	<b>Cambio Climático</b>	<b>Acceso al agua</b>	<b>Shell</b>	<b>Sector Financiero</b>
<i>Acceso a Compensación y responsabilidad</i>	Hacer que la empresa rinda cuentas en cortes nacionales cuando se violan estándares, con ampliación hacia la responsabilidad de la cadena de provisión - campaña para romper el poder corporativo.	Las empresas responsables directamente por los impactos del cambio climático dentro del "ámbito de influencia".	Si los sistemas de agua privatizados no pueden proporcionar agua accesible, las comunidades deben tener acceso a compensación.	Las víctimas en Nigeria (u otros) debido a desastres con el gas deberán tener acceso directo a la justicia en cortes británicas y holandesas.	Responsabilidad directa por los préstamos a proyectos que causan daños; un mejor proceso de control.
<i>Corporaciones fuera de los gobiernos</i>	Ninguna contribución económica a partidos políticos; transparencia en procesos de cabildeo, sean éstos individuales o a través de los organismos comerciales.	Ningún cabildeo de la industria petrolera contra la ciencia del cambio climático; las decisiones políticas hechas por un panel Independiente.	Se consulta a las comunidades sobre decisiones relacionadas al suministro / la privatización.	Posiciones de cabildeo transparentes de Shell; acciones legales en caso de sobornos.	Regulación independiente del sector financiero; sin aportes políticos; sanción al soborno.
<i>Información y consentimiento o previo</i>	Nuevas tiendas solamente si son autorizadas por la comunidad; escala apropiada.	Nuevas tecnologías de energía convenidas por la comunidad.	Como se menciona arriba	Las decisiones sobre la presencia de Shell son tomadas por las comunidades locales.	Consulta sobre las actividades financieras con todos los afectados.
<i>Internación de costos de producción reales</i>	Plena rendición de cuentas y consideración plena de los costos.	Las empresas pagan por la emisión total de CO2.	La ganancia de las empresas es limitada para asegurar el derecho humano de acceso a agua. El agua no es una mercancía.	Los costos totales del daño ambiental son pagados por los accionistas.	Tasas de interés que reflejan el riesgo ambiental y social para las comunidades - es decir, las industrias verdes conseguirían tasas más bajas.
<i>Responsabilidad Fiduciaria de protección social y ambiental</i>	Los actores relevantes participan en el Directorio; deber de responsabilidad frente a los actores sin interés financiero (incluyendo la cadena de provisión).	Deber de las empresas por el cuidado del medio ambiente: responsabilidad si no reducen las emisiones.	La empresas de agua son coadministradas por las comunidades; Control social de los recursos y sistemas de agua.	Las empresas deben manejar y mitigar el daño ambiental y social.	Consulta directa con las comunidades afectadas al decidir sobre préstamos para proyectos de gran envergadura.
<i>Transparencia corporativa</i>	Informes públicos sobre las consecuencias sociales y medioambientales, según un estándar aceptado mundialmente.	Informes obligatorios de todas las empresas sobre el cambio climático.	Informes a la comunidad por parte del gobierno o las empresas sobre los contratos y concesiones / acceso a información.	Informes para los actores pertinentes sobre los impactos en el medio ambiente y los derechos humanos. Algunos actores pertinentes son comunidades locales. Transparencia en los pagos a los gobiernos.	Transparencia en decisiones sobre préstamos con debida consideración social y ambiental.
<i>No a la violación de los derechos</i>	Adherencia a los estándares mínimos internacionales, p.ej. Normas de las NN.UU.	Políticas obligatorias a nivel corporativo para hacer cumplir la reducción de emisiones. Creación de una corte corporativa ambiental.	El agua debe ser un derecho humano – garantizar el acceso de la gente, sin importar su capacidad de pago	Adherencia a los estándares mínimos internacionales.	Adherencia a los estándares mínimos internacionales.

### **3. Camino por delante - Próximos Pasos**

---

El propósito de este documento es estimular discusiones sobre un conjunto común de ideas y proporcionar un marco para un proceso de compromiso de la sociedad civil con C-Change.

#### ***Paso 1: Construcción de consenso sobre la plataforma común***

El bosquejo de la plataforma es un esfuerzo para estimular la discusión que puede producir una plataforma legítima, amplia y flexible. El equipo impulsor quisiera ampliar la consulta con un grupo más amplio de actores de la sociedad civil alrededor de la plataforma - ¿tenemos una lista correcta para comenzar? En términos generales, ¿este enfoque funciona como marco para la construcción de C-Change en un movimiento que goza de amplia apropiación en la sociedad civil?

#### ***Paso 2: Ampliar la apropiación y afinar la visión***

Para que la plataforma funcione, debe ser validada y apropiada por un amplio rango de los grupos comprometidos con la responsabilidad corporativa. Esto significa desarrollar una visión a través de una serie de talleres y consultas para lograr una mayor comprensión sobre cómo la plataforma se puede utilizar en términos de campaña. ¿Funciona en diversos contextos? El equipo impulsor quisiera proponer una serie de talleres a nivel regional o entre redes existentes a manera de difundir y desarrollar con mayor profundidad los conceptos.

#### **Paso 3: Aplicación de la plataforma a campañas e iniciativas existentes / emergentes**

En una fase piloto, la plataforma sería utilizada para lograr un cambio en ámbitos como los que están descritos en el Cuadro 1. Luego, la plataforma se iría afinando mejor en base a nuestro aprendizaje y experiencia en la práctica. Esto se podría lograr al crear los grupos de trabajo ad hoc que emergieron de la reunión de Oakland.

#### **Paso 4: Desarrollar la campaña mundial**

Una vez logrado un acuerdo sobre la plataforma y los procesos, se pueden echar los cimientos para la campaña mundial. Las acciones incluirían un mayor intercambio de información entre campañas a nivel internacional; la transmisión de la visión a un público más amplio; documentar lo que aprendemos sobre el abuso corporativo y usar los recursos de la plataforma para lograr cambios; y finalmente, convergencia en torno a una o más campañas, que estarían centradas en los temas que ofrecen las mejores oportunidades en el ámbito político.